

令和6年度 事務事業評価シート（１）

〔 令和5年度事務事業 〕

一般会計					事務事業分類	A 一般事務事業	
事務事業名	観光戦略・広域連携事業				事業番号	008-004	
担当部署名	文化観光	局	観光	部	観光企画	課	

I. 基本情報

事業の位置付け

1	堺市基本計画 2025	施策との関連 寄与するKPI	有・無	戦略	1.堺の特色ある歴史文化 ～Legacy～	施策	(3) 類稀な堺の歴史文化資源を活かした戦略的な観光誘客の推進
			有	取組の方向性	①堺の歴史文化資源を活用した滞在、消費拡大促進		
			有・無	指標名	延べ宿泊者数		
	堺市SDGs 未来都市計画	施策との関連 寄与するKPI	有	現状値	1,031,854人(2018年)	目標値	1,400,000人(2025年度)
			有・無	ゴール	ゴール(8)働きがいも経済成長も	ターゲット	8.9
			有	取組	観光消費の促進をめざす戦略的な観光施策の推進		

2	関連計画	堺観光戦略		
3	事業開始年度	— 年度	点検対象年度	令和 7 年度
4	実施根拠 (根拠法令、条例等)	—		

事業の概要

5	事業の実施主体 (実施主体となる団体等)	本庁、大阪観光局、KIX泉州ツーリズムビューロー、堺観光コンベンション協会、関西観光本部					
6	事業の対象 (対象とする人や物、対象数)	国内外の観光客、堺市民				対象数	単位
						—	—
7	事業の目的 (事業実施によりめざす状態)	観光客をはじめとした来訪者に市内で周遊・宿泊してもらうことで、市内の賑わいの創出及び消費拡大を図る。					
8	事業内容 (目的を達成するための手段) ※スケジュール、実施方法・手段、事業規模・回数など	・位置情報ビッグデータやwebアンケート等を活用した市内観光動向の把握、分析 ・インバウンド誘客に向け、高い発信力とグローバルなネットワークを持つ大阪観光局（多言語ＨＰ・海外向けＳＮＳ・各国とのネットワーク）との連携により、旅マエの魅力発信及びインバウンドが多い大阪市内からの旅ナカ誘客を促進するプロモーションの実施 ・世界とのゲートウェイである関西国際空港の利用者に向け、食・自然・歴史の魅力にあふれた泉州エリアを効果的にPRし、誘客を促進させるため、KIX泉州ツーリズムビューローとの連携によるプロモーションや周遊イベントの実施 ・歴史文化と都市観光をテーマに関西の政令市と連携した誘客プロモーションによる海外への情報発信 ・万博会場から関西各地への広域周遊を促進するため、関西観光本部と連携した、インバウンド向けの旅行商品の造成やトッププロモーションを含めた海外プロモーションの実施					
	※国・府の基準より上回って実施した内容を具体的に記載						
9	主な支出先（委託・補助金・負担金等）	大阪観光局、KIX泉州ツーリズムビューロー など					
10	公民連携・協働事業						

II. 事業目的の達成状況

事業の成果や活動実績の測定

11	成果指標(目的の達成状況を測定)	単位		実績		目標	目標 点検対象年度
				令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
				目標値	実績値	達成率	
11	市内重点エリア来訪者数 (大仙公園エリア・環濠エリア)	万人	目標値	(大仙)25・(環濠)200	(大仙)35・(環濠)220	(大仙) 35・(環濠) 220	(大仙)60・(環濠)300
			実績値	(大仙)22.6・(環濠)188.9	(大仙)21.1・(環濠)184.4		
			達成率	(大仙) 90%・(環濠) 94%	(大仙) 60%・(環濠) 84%		
	当該指標を選定した理由	堺の魅力発信や誘客プロモーションを通じて観光客数が増加することは本事業の目的に寄与すると考えられるため。					
	目標値の設定根拠・算出方法	携帯電話事業者の位置情報ビッグデータに基づく全人口推計（拡大推計）					
12	活動指標(成果を上げるための手段)	単位		実績		目標	
				令和4年度	令和5年度	令和6年度	
				目標値	実績値	達成率	
12	関係団体と連携したプロモーション・情報発信回数	回	目標値	18	23	25	
			実績値	19	82		
			達成率	106%	357%		
	当該指標を選定した理由	他団体との連携による幅広いネットワーク活用やノウハウ共有を通じて、より効果的・効率的な情報発信が可能となり、来訪者数の増加に寄与すると考えられるため。					
	目標値の設定根拠・算出方法	大阪観光局及びKIX泉州ツーリズムビューロー等と連携したプロモーション・情報発信の取組から算出					

令和6年度 事務事業評価シート（2）

事務事業名	観光戦略・広域連携事業	事業番号	008-004
-------	-------------	------	---------

Ⅲ. 投入量

事業コスト

※当初予算には、前年度からの繰越分を含む。（単位：千円）

	項 目	令和3年度	令和4年度	令和5年度		令和6年度
		決算	決算	当初予算	決算	当初予算
	事業費（a）	79,262	77,630	119,457	108,003	107,923
13	財源					
	国支出金	13,973	6,542	13,973		0
	府支出金			0		0
	市債			0		0
	その他（基金・寄付金・利子収入）		8,000	1	3,476	1
	受益者負担金（使用料、手数料等）			0		0
	一般財源	65,289	63,088	105,483	104,527	107,922
14	人件費（b）	16,400	16,400	16,200	16,200	16,200
15	年間経費（c）=（a）+（b）	95,662	94,030	135,657	124,203	124,123

事業費の内訳

（単位：千円）

	項 目	年度		事業費	うち一般財源	項 目	年度		事業費	うち一般財源
16	事業費内訳	観光消費額等WEBアンケート調査経費	R5 決算	880	880	EXPO2025関西観光推進協議会負担金	R5 決算	5,000	5,000	
			R6 予算	1,000	1,000		R6 予算	5,000	5,000	
		位置情報ビッグデータ分析ツール使用料	R5 決算	3,036	3,036	阪神堺三都市外客誘致実行委員会負担金	R5 決算	1,500	1,500	
			R6 予算	3,036	3,036		R6 予算	1,500	1,500	
		KIX泉州ツーリズムビューロー負担金	R5 決算	13,856	13,856	その他	R5 決算	3,731	255	
			R6 予算	13,856	13,856		R6 予算	451	450	
		大阪観光局負担金	R5 決算	80,000	80,000		R5 決算			
			R6 予算	80,000	80,000		R6 予算			
		堺観光におけるマーケティング調査・分析業務	R5 決算	0	0		R5 決算			
			R6 予算	3,080	3,080		R6 予算			

Ⅳ. 事業の効率性

単位当たり経費

	区 分	単位	令和4年度	令和5年度
17	① 市内重点エリア来訪者数（大仙公園エリア+環濠エリア）	人	2,115,000	2,055,000
	② 上記①にかかる年間経費	千円	94,030	124,203
	③ 単位当たり経費（②÷①×1,000円）	円/単位	45	60
備考（算出についての説明等）		市内重点エリア来訪者数については、携帯電話事業者の位置情報ビッグデータに基づく全人口推計（拡大推計）		

Ⅴ. 評価

費用対効果に係る所見

18	令和5年度は、万博効果の最大化に向けた観光部予算を再配分したこと等により事業経費全体が増加した一方で、来訪者数は微減であった。ただし、堺伝匠館の来館者は前年度比113.2%、売上額は過去最高の昨年度比167.8%で半数近くはインバウンドが購入している。それらの現状から、高い発信力の効果によりインバウンド等の目的を持った来訪者や消費額は増加していると想定されるが、長時間滞在、周遊につながっていないため成果指標に反映されていないと考えられる。 なお、本市の観光施策をはじめ、大阪観光局やKIX泉州ツーリズムビューロー等と連携した誘客プロモーションを進めたことで、環濠エリアの来訪者数はコロナ前と同程度の水準まで回復しており、今後、長時間滞在、周遊を促進させる効果的な取組が必要である。 また、各団体では、大阪・関西万博での誘客効果を最大化することを目標に、海外プロモーションや、海外に人気のあるコンテンツを活かした旅行商品の造成、戦略的なプロモーション等を実施しており、今後、効果は出てくるものと考えている。
----	---

KPI等への寄与（基本計画等のKPI・取組の方向性や事業の目的の達成にどのように寄与したか）

19	令和5年度は、コロナウイルス感染症の5類移行により、観光需要も大きく回復し、その需要を少しでも多く取り込めるよう、積極的に国内外へ効果的に本市の魅力を伝え、誘客促進を行った。具体的には、関係団体の強みや特性を生かした情報発信として、ツーリズムEXPOジャパン等での広域プロモーションや、東南アジア市場や欧米豪市場へのリアルプロモーション、ファミトリップを実施した。 また、広域の観光関係団体は、観光資源を取上げた情報発信をHPやSNSで行っており、新たな観光客獲得のチャンスも多いため、多くのツールで、かつ多言語での情報発信を行った。 そのほか、将来の本市でのMICE誘致に向け、旅行事業者等を始めとした関係事業者をフェニーチェ堺に招き、本市のMICEの取組や施設を紹介する大阪MICEビジネスアライアンスセミナーを実施した。 回復するインバウンド需要を取り込み、また万博開催時にその効果を最大化するため、海外に人気のある本市のコンテンツを体験できる商品造成・販売を実施した。 その他、これらの取組の効果を測定するため、WEB調査やビッグデータを活用した来訪者動向分析を行い、将来のKPI達成に寄与する取組を進めた。
----	---